

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menyampaikan informasi mengenai perusahaan yang menjadi tempat melaksanakan praktik kerja magang, melalui sejarah singkat dan struktur Bekantan Creative.

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Bekantan Creative  
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

PT. Bekantan Rumah Produksi adalah sebuah rumah produksi yang didirikan oleh Jose Prabowo, yang kemudian terdiri dari tiga bisnis dalam rumah produksi tersebut yaitu *Bekantan Picture*, *Bekantan Creative* dan *Anak Bekantan*. Bekantan Creative sendiri didirikan pada tahun 2013, yang kemudian diresmikan pada tahun 2018. Perusahaan ini berfokus pada pembuatan *audio-visual* dan memiliki misi dalam memproduksi berbagai bentuk produk untuk kebutuhan pasar dan menjadi jembatan bagi para pekerja industri kreatif.

Bekantan Creative didirikan berdasarkan keresahan perusahaan terhadap *brand* yang sedang mengalami kesulitan dalam menyampaikan identitas mereka kepada khalayak. Selain itu, Bekantan Creative juga melihat adanya potensi bagi para pekerja kreatif muda yang kemudian menjadi sebuah jembatan penghubung untuk berkarya di industri kreatif. Bekantan Creative juga hadir dalam berkolaborasi dan berevolusi bersama klien, sesuai dengan *tagline* perusahaan, yaitu “*Evolving Creativity*”. Nilai-nilai dimiliki oleh Bekantan Creative sendiri adalah Berani, Unik, Inovatif dan Humanistik.

Bekantan Creative sendiri memiliki 4 jasa utama yaitu *brand research strategy*, *brand design*, *visual production* dan *social media*. Produk yang dihasilkan tidak lain adalah desain grafis, *audio-visual*, *podcast* dan *product video*. Perusahaan ini masih berada dibawah naungan industri perfilman, dan memiliki 1 film pendek berjudul “Jemari yang Menari di Atas luka-Luka”. Film pendek ini berhasil meraih piala citra atas kategori film cerita pendek terbaik pada tahun 2020.

Bekantan Creative berfokus pada 4 segmentasi utama, yaitu *environment* sebagai contoh klien yang berada di industri pertanian yang membutuhkan jasa profil perusahaan, *entertainment* melalui jasa dokumentasi *event*, *travel* dengan target klien yang bergerak di sektor logistik serta pariwisata dan *lifestyle* sebagai contoh klien yang bergerak di bidang *fashion brand*.

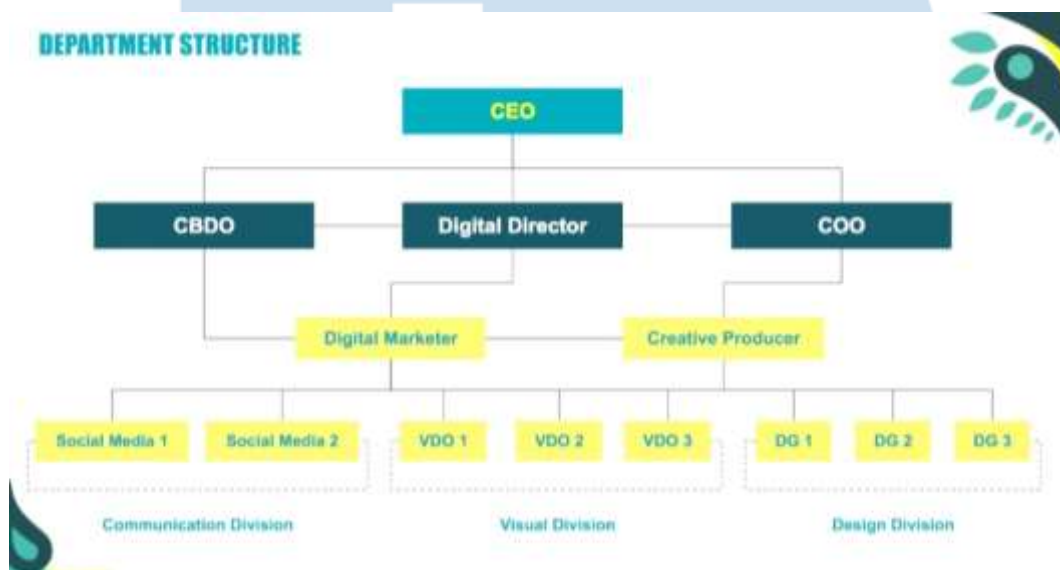
Segmentasi ini terbentuk dari fakta bahwa banyaknya kreatif agensi yang hadir untuk menangani segmen tersebut, akan tetapi masih sedikit agensi kreatif yang berfokus pada segmen tertentu, sehingga Bekantan Creative memposisikan diri untuk dapat masuk ke dalam 4 segmentasi pasar tersebut (Lihat gambar 2.2).



Gambar 2.2 *Segmentation & Niche* Bekantan Creative  
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan Bekantan Creative sendiri didirikan oleh Jose Prabowo. Sebagai sebuah agensi kreatif yang masih tergolong baru, hal ini terdapat beberapa bidang pekerjaan dikerjakan oleh orang yang berbeda dan masi dirangkap oleh orang yang sama. Berikut adalah bagan struktur organisasi Bekantan Creative;



Gambar 2.3 *Department Structure* Bekantan Creative  
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Pada struktur organisasi Bekantan Creative, terdapat 4 posisi utama yang diisi pekerja *full-timer*. Pertama, Jose Prabowo sebagai CEO dan merangkap sebagai *Creative Director*. Kedua, Benaya Stephen sebagai COO, sekaligus *Social Media Manager*. Ketiga, Andri Sinaga sebagai CBDO. Keempat, Larry Yacub sebagai *Digital Director*. Keempat posisi ini dibantu dengan kehadiran para pekerja magang. Saat ini, terdapat 10 pekerja magang, yaitu posisi *Digital Marketer* (DM-i), dipegang oleh Nadia Mufidah, posisi *Creative Producer* (CP-i) dipegang oleh Rafianshah Narendrah, posisi *Social Media* (SMO-i) dipegang oleh Arsyi Fadhil dan Maulana Iksan, posisi *Junior Videographer* (VDO-i) dipegang oleh penulis, Immanuel Kevin dan Michael Flavio, posisi *Graphic Design* (DG-i) dipegang oleh Veronica Wong, Silviana Siswanto dan Goldy Dravian.

### 2.3 Business Model Bekantan Creative

Pada bagian ini, penulis akan memaparkan secara *detail* mengenai 9 blok dalam *Business Model Canva* dan adapun gambaran visual terdapat pada (Gambar 2.4) sebagai berikut:

#### 1) *Value Proposition*

Bekantan merupakan *creative agency* yang menawarkan jasa yang berfokus pada bidang industri kreatif. Bekantan Creative sendiri memiliki 4 jasa utama yaitu *brand research strategy*, *brand design*, *visual production* dan *social media*. Produk yang dihasilkan tidak lain adalah desain grafis, *audio-visual*, *podcast* dan *product video*.

#### 2) *Customer Segments*

Berikut *customer segment* Bekantan dalam bentuk geografis, demografis, psikografis dan *behavioral*.

##### a) Geografis

Bekantan memiliki target klien yang berdomisili di wilayah Jakarta, namun tidak menutup kemungkinan Bekantan memiliki klien dari wilayah lain, menurut hasil observasi, klien Bekantan tidak hanya berasal dari Jakarta tetapi ada dari luar kota seperti Tangerang, Depok dan sekitar pulau Jawa.

##### b) Demografis

Klien kelas menengah ke atas yang berusia di atas 25 tahun, dimana pebisnis tersebut telah memiliki bisnis sendiri yang sedang berjalan dan ingin mengembangkannya ataupun ingin memiliki bisnis baru dengan menggunakan jasa Bekantan.

##### c) Psikografis

Klien Bekantan sendiri ingin selalu berkembang melalui media promosi, sehingga membutuhkan kualitas jasa yang bagus dengan hasil yang menarik dan profesional.

##### d) *Behavioral*

Bekantan bergerak di bidang *Business to Business* (B2B) yang bertujuan untuk memberikan layanan dalam bentuk jasa serta

solusi masalah bisnis klien, menjawab kebutuhan klien, juga pebisnis baru yang ingin bisnisnya berkembang dan permintaan strategi *branding* yang meningkat dengan pesatnya perkembangan teknologi.

### 3) *Customer Relationship*

Bekantan menggunakan tipe transaksional, artinya hubungan yang dijalin dengan klien hanya saat klien menggunakan jasa Bekantan namun tetap melakukan *follow up* untuk menjaga hubungan dan memungkinkan kerja sama di kemudian hari, tipe *customer relationship* yang dijalankan oleh Bekantan adalah *personal assistance*, yaitu dalam setiap tim memegang proyek klien, namun belum tentu dalam setiap karyawan di tim mengerjakan proyek klien yang sama.

### 4) *Channels*

Bekantan menggunakan *direct channel*, yang meliputi: CEO, karyawan tetap dan karyawan magang yang berhubungan langsung dengan klien sebagai representatif perusahaan. Bekantan sendiri juga menerapkan *indirect*, yang meliputi:

- a) *Key Partner* : Melakukan rekomendasi Bekantan kepada klien dan nantinya orderan jasa bisa masuk melalui *partner* tersebut.
- b) *Word of Mouth* : Mengandalkan perkataan dan *review* dari klien untuk membantu mempromosikan Bekantan Creative.
- c) *Social Media* : Menggunakan *website* untuk memperkenalkan dan menjadi sarana untuk meningkatkan *awarness* masyarakat, serta untuk menunjukkan portofolio dari proyek yang pernah dikerjakan sebelumnya.

### 5) *Key Resource*

Bekantan memerlukan beberapa aset perusahaan berupa:

- a) *Physical Asset* : Bekantan memiliki aset fisik, berupa: gedung dan peralatan kantor.

b) *Human Resource* : Memiliki aset SDM (Sumber Daya Manusia) yang dibagi menjadi beberapa tim yaitu pekerja tetap, pekerja magang.

6) **Key Activities**

Bekantan menjalankan tipe *problem solving* dan *creative production* dengan menawarkan jasa di bidang kreatif dan memberikan solusi terbaik untuk klien.

7) **Key partners**

Bekantan bekerja sama dengan instansi dari berbagai bidang seperti kampus dan perusahaan-perusahaan sebagai narasumber maupun sumber daya manusia.

8) **Revenue Streams**

Bekantan sendiri memperoleh pemasukan dari biaya penggunaan jasa, baik dari konsultasi, pembuatan visual, pemilihan material dan produksi.

9) **Cost Structure**

Bekantan menerapkan tipe *variable cost* yaitu mengeluarkan biaya *variable* (umumnya per proyek yang dikerjakan, yaitu gaji pegawai (uang lembur dan *biaya outscore*); Akomodasi & makan bila melakukan *meeting* di luar.



Gambar 2.4 *Bussiness Model* Bekantan

## 2.4 SWOT Analysis Bekantan Creative

### 1) *Strength*

Bekantan Creative merupakan perusahaan *creative agency* yang berfokus memposisikan pada nilai berkolaborasi dan berevolusi bersama klien dengan kemampuan pelayanan yang memuaskan. Proses kerja berbasis *consumer insight* dan fleksibel dari sisi waktu. Hal tersebut membuat Bekantan Creative dapat bersaing di industri kreatif saat ini.

### 2) *Weakness*

Bekantan Creative memiliki klien yang sedikit sehingga menghambat perkembangan di berbagai aspek yaitu dalam segi promosi dan *brand*, untuk mengatasi hal tersebut, Bekantan masih bisa mengembangkan kinerja layanan jasa dari berbagai bidang kreatif. Sebagai contoh, Bekantan melakukan pembuatan video konten mengenai perusahaan dan testimonial produk/layanan untuk menarik perhatian *customer* mereka.

### 3) *Opportunities*

Bekantan berpeluang memperluas cakupan customer di bidang kreatif. Kedepannya Bekantan Creative akan memperluas jangkauan layanan jasa dari berbagai aspek dikarenakan *trend* pada pertumbuhan industri kreatif yang cukup pesat dan perkembangan teknologi produksi yang membutuhkan berbagai promosi.

### 4) *Threat*

Bekantan Creative menjadi sebuah *creative agency* yang memiliki banyak pesaing dibidang yang sama, namun kualitas layanan jasa yang ditawarkan cukup mirip, sehingga Bekantan akan terus meningkatkan kualitas jasa perusahaan yang lebih baik dan jasa yang ditawarkan dapat bersaing di industri kreatif.